

ANJ/ANER - EVENTO VIRTUAL PARA SÓCIOS - 10/09/2020

Eduardo Tessler - tessler@midiamundo.com

(51) 99977-8955

4. MÃOS À OBRA!

REINVENTAR OU MORRER

DE JORNAL A

EMPRESA DE COMUNICAÇÃO

E AGORA?



**TUDO COMEÇA COM
3/
UMA ESTRATÉGIA**

**ESTRATÉGIA NÃO É
TÁTICA, É ALGO DE
LONGO PRAZO**

**EM SEGUIDA
DEFINIR O CAMINHO
PARA SE CHEGAR LÁ**



PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ Quanto tempo eu tenho para a mudança?

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ Quanto tempo eu tenho para a mudança?
- ▶ O que minha cidade, minha região, minha audiência precisam?

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ Quanto tempo eu tenho para a mudança?
- ▶ O que minha cidade, minha região, minha audiência precisam?
- ▶ Quais são os meus talentos para esse novo quadro?

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ Quanto tempo eu tenho para a mudança?
- ▶ O que minha cidade, minha região, minha audiência precisam?
- ▶ Quais são os meus talentos para esse novo quadro?
- ▶ Onde busco o que faz falta?

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ De onde sairão as receitas?

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ De onde sairão as receitas?
- ▶ Quais negócios que tenho não vão fazer sentido?

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ De onde sairão as receitas?
- ▶ Quais negócios que tenho não vão fazer sentido?
- ▶ Qual o tamanho do meu mercado?

PERGUNTAS QUE PRECISAM DE RESPOSTAS

- ▶ De onde sairão as receitas?
- ▶ Quais negócios que tenho não vão fazer sentido?
- ▶ Qual o tamanho do meu mercado?
- ▶ Como vou pagar a conta da mudança?

A PERGUNTA DAS PERGUNTAS

A PERGUNTA DAS PERGUNTAS

**SE EU FOSSE ABRIR
UM CONCORRENTE,
COMO SERIA?**

¿Qué pasa si?

CURIOSIDAD

ENTUSIASMO

REPENSAR

MEJOR

CREATIVIDAD

DESAFIANTE

LIBERADORA

SERIA

JUGAR

UNA HISTORIA

LANZAMIENTO NUEVO PRODUCTO DIGITAL

RED/ACCIÓN



CHANI GUYOT
Red/Acción - Argentina

Re-inventarse

LANZAMIENTO NUEVO PRODUCTO DIGITAL

RED/ACCIÓN



Re - inventarse

¿Cómo podemos ser más valiosos
para nuestros lectores?

¿Cómo podemos ayudarlos a informarse
de manera más simple?

¿Cómo podemos ayudarlos a tener un
impacto positivo en la realidad?

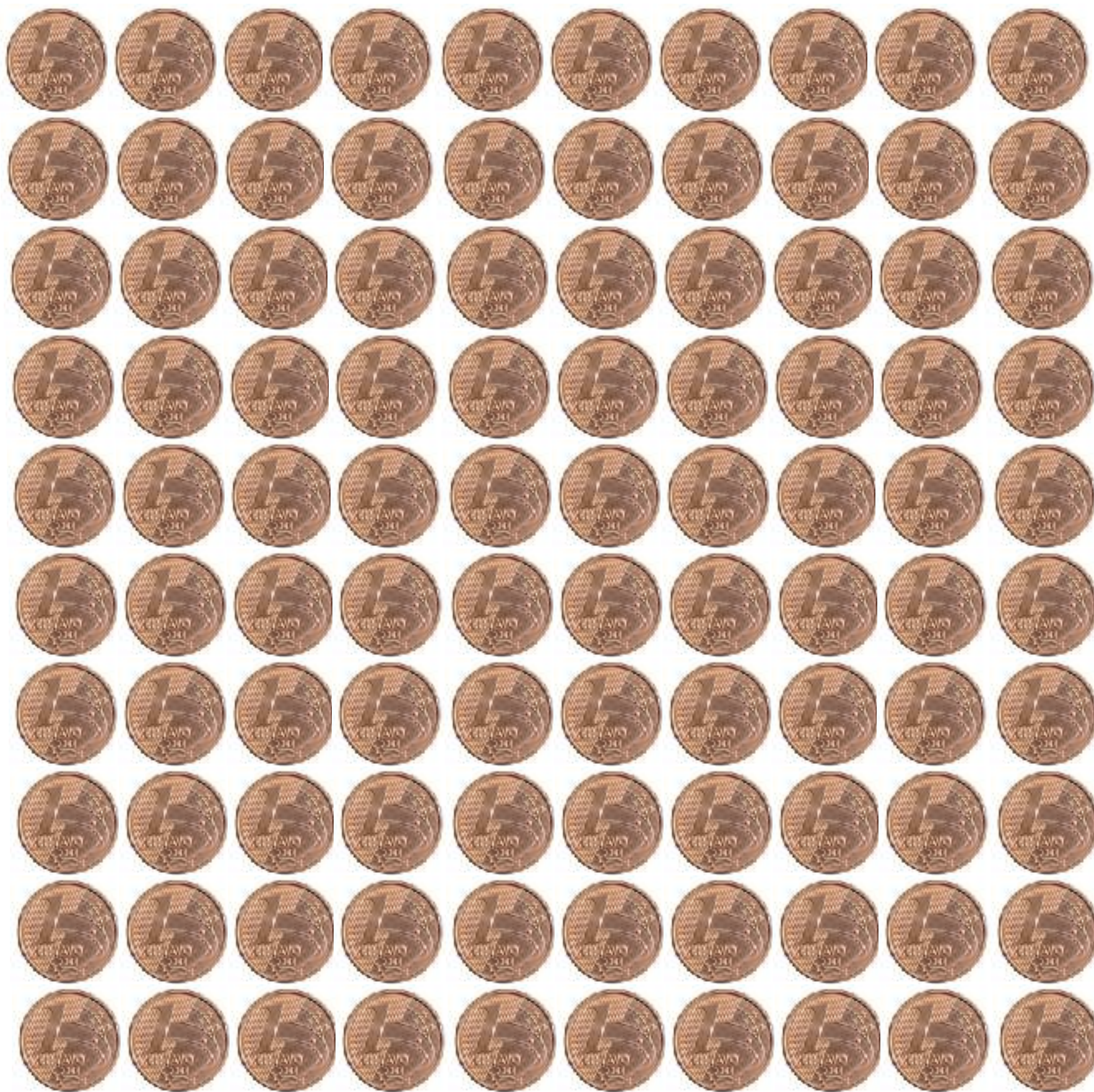


“A SITUAÇÃO
ATUAL NOS
OBRIGA UMA
NOVA
REINVENÇÃO”



JORGE FONTEVECCHIA,
Editorial Perfil - Argentina

O PROBLEMA, PARA
QUEM VEM DO
MODELO
TRADICIONAL



**SÓ QUE A ÁGUA JÁ
ESTÁ BATENDO NO
NARIZ**

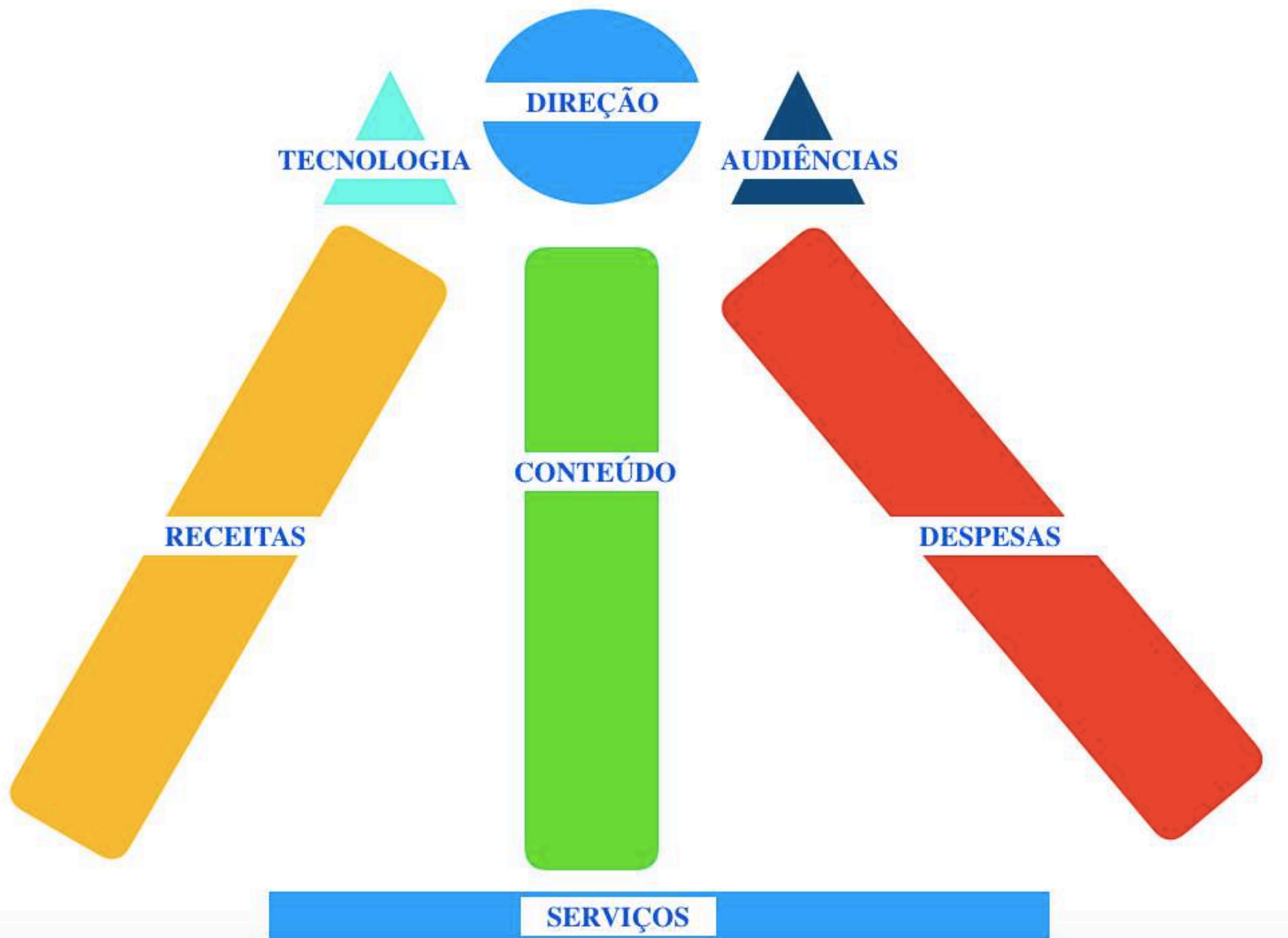
UM NOVO
MODELO TEM
BASE EM:

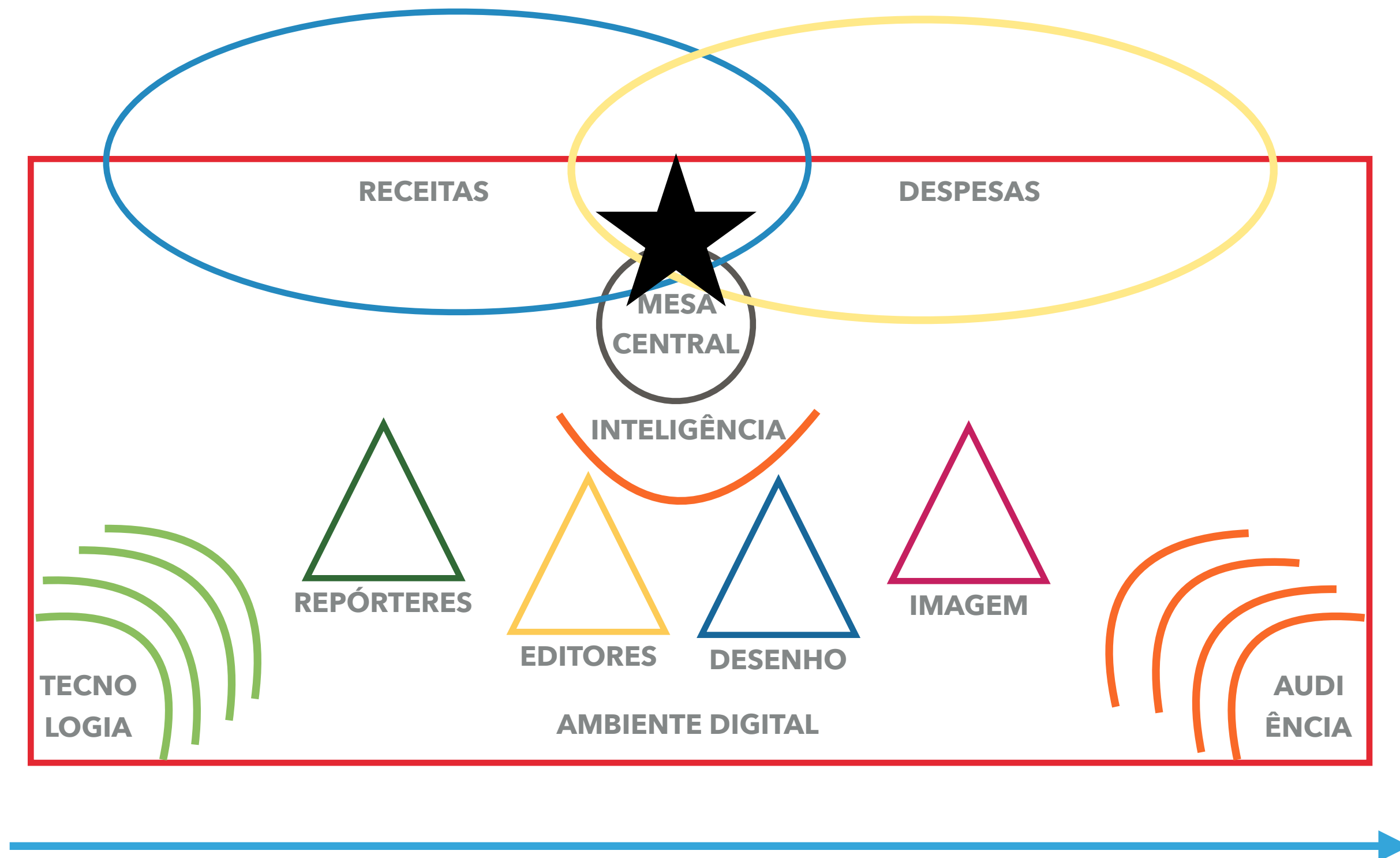
1. ESTRUTURA

REPENSAR A
ORGANIZAÇÃO.
ONDE ESTÁ O PESO?

ESPÍRITO DE STARTUP

**SE O OBJETIVO DA
EMPRESA MUDA, SUA
ESTRUTURA TAMBÉM DEVE
MUDAR**





2. FOCO

SER O MELHOR
EM ALGO – NICHOS

**AJUDAR O CIDADÃO
A VIVER MELHOR**

ENTENDER O QUE TEMOS
NAS MÃOS E PENSAR EM
MANEIRAS NÃO
CONVENCIONAIS DE
GERAR RECEITA

**BUSCAR RECEITAS
ESCONDIDAS**

ONDE TEM RECEITA ESCONDIDA?

- ▶ Informação de hábitos da audiência

ONDE TEM RECEITA ESCONDIDA?

- ▶ Informação de hábitos da audiência
- ▶ Otimizar rede de distribuição

ONDE TEM RECEITA ESCONDIDA?

- ▶ Informação de hábitos da audiência
- ▶ Otimizar rede de distribuição
- ▶ Produção de conteúdo para terceiros

ONDE TEM RECEITA ESCONDIDA?

- ▶ Informação de hábitos da audiência
- ▶ Otimizar rede de distribuição
- ▶ Produção de conteúdo para terceiros
- ▶ Reempacotamento de conteúdos antigos

ONDE TEM RECEITA ESCONDIDA?

- ▶ Informação de hábitos da audiência
- ▶ Otimizar rede de distribuição
- ▶ Produção de conteúdo para terceiros
- ▶ Reempacotamento de conteúdos antigos
- ▶ Terceirização de área física

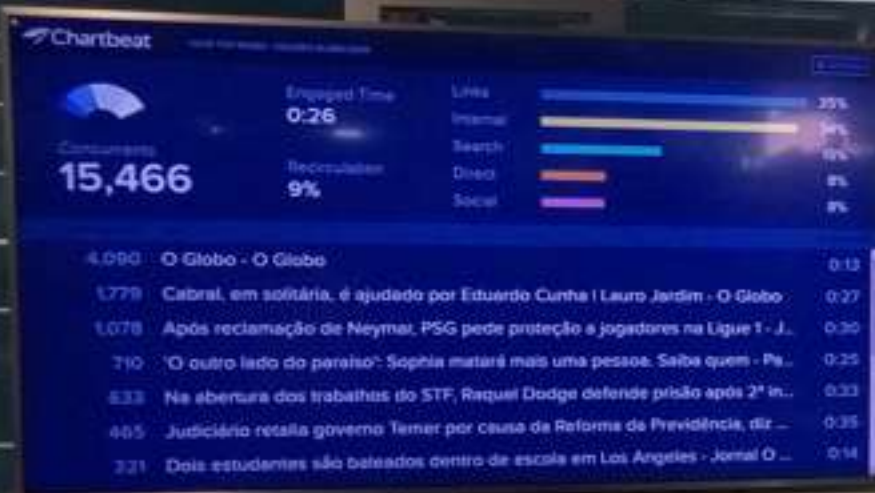
**É NECESSÁRIO
MEDIR TUDO O
QUE SE FAZ**

O QUE SE OLHA, SE MELHORA

Hector Aranda
DIRETOR-GERAL, CLARÍN (ARGENTINA)

**DEFINIR BEM OS
INDICADORES DE
PERFORMANCE**

**O QUE FAZEM
ALGUMAS
EMPRESAS?**





O Globo - Usuários Alvo - HOJE

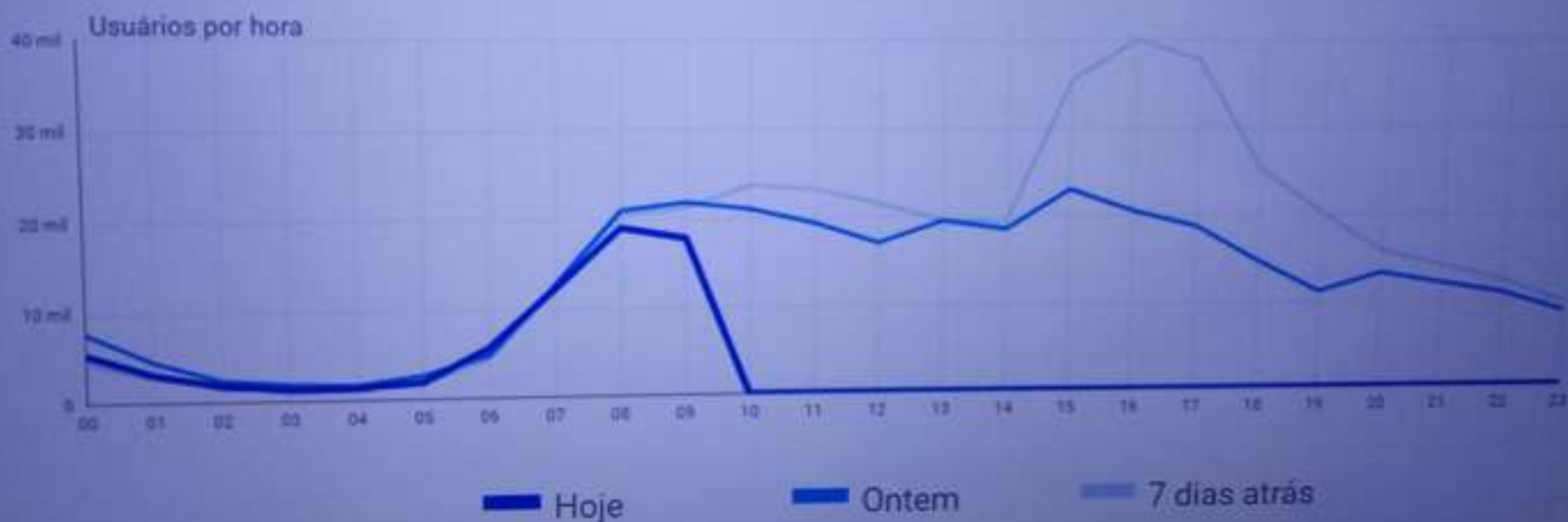
< Usuários Alvo HOJE (Página 1 de 17) >



Usuários Alvo - HOJE

Usuários
65.467

Pageviews
198.107





Requisições de Assinatura

< Requisições de Assinatura - HOJE (Página 1 de 2) >



Requisições de Assinatura - HOJE

Requisições de Compra pelo Paywall

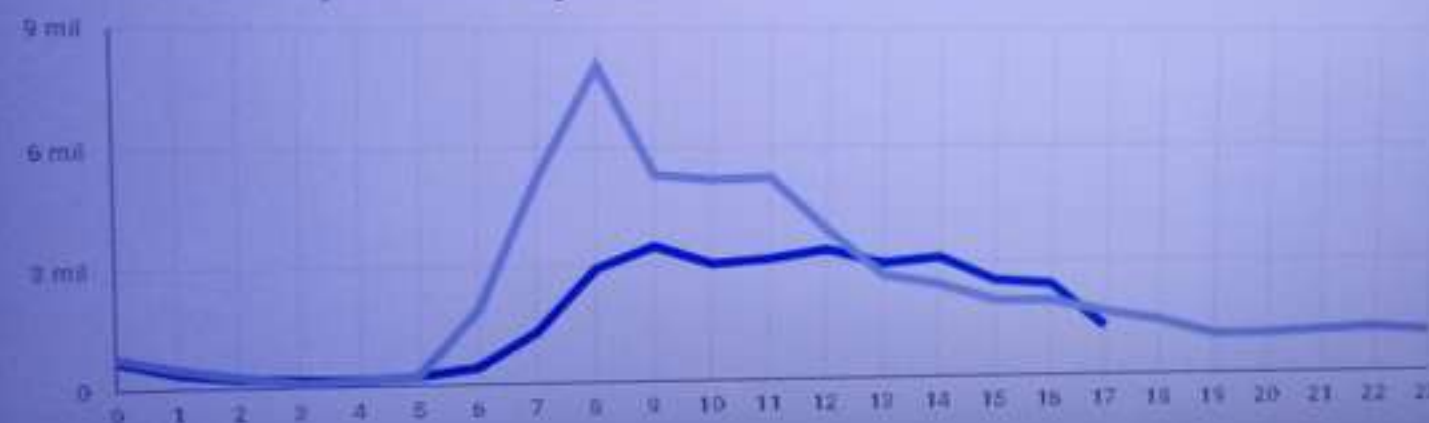


1 de Feb de 2018 - 1 de Feb de 2018

Requisições - Até Agora

29

Visualizações do Paywall



Visualizações - Até Agora

33.486

Hoje Ontem

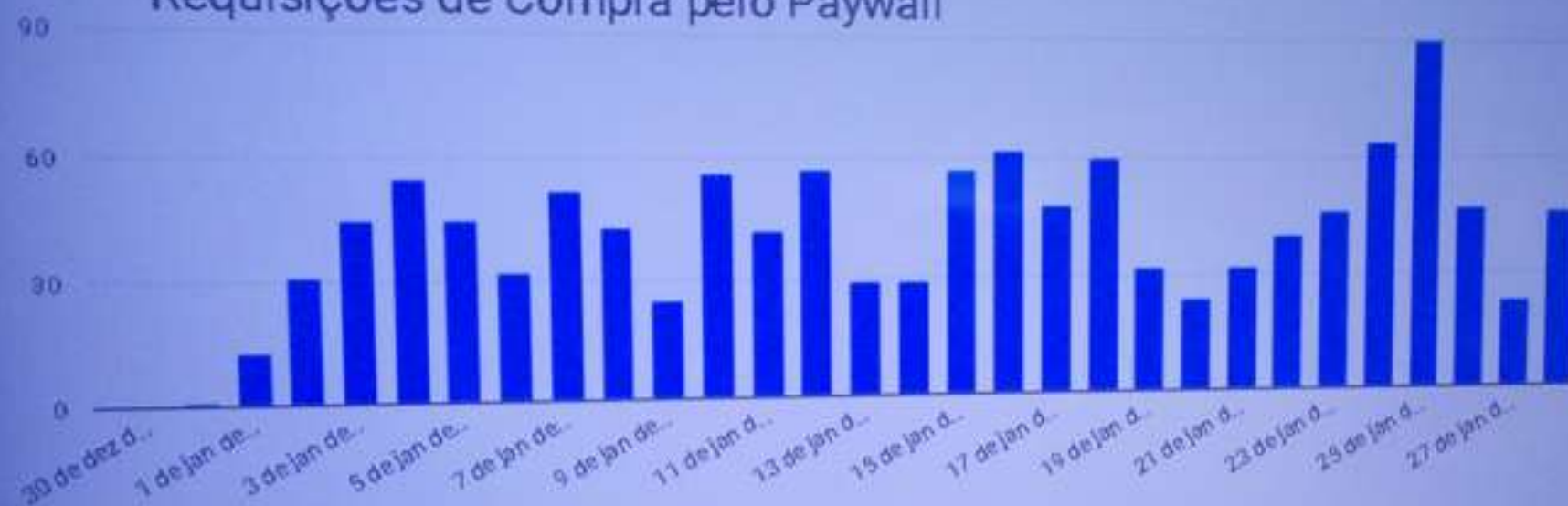
Requisições de Assinatura

< Requisições de Assinatura - Últimos 30 Dias (Página 2 de 2) >

Requisições de Assinatura - Últimos 30 Dias

30 de Dez de 2017 - 28 de Jan de 2018

Requisições de Compra pelo Paywall

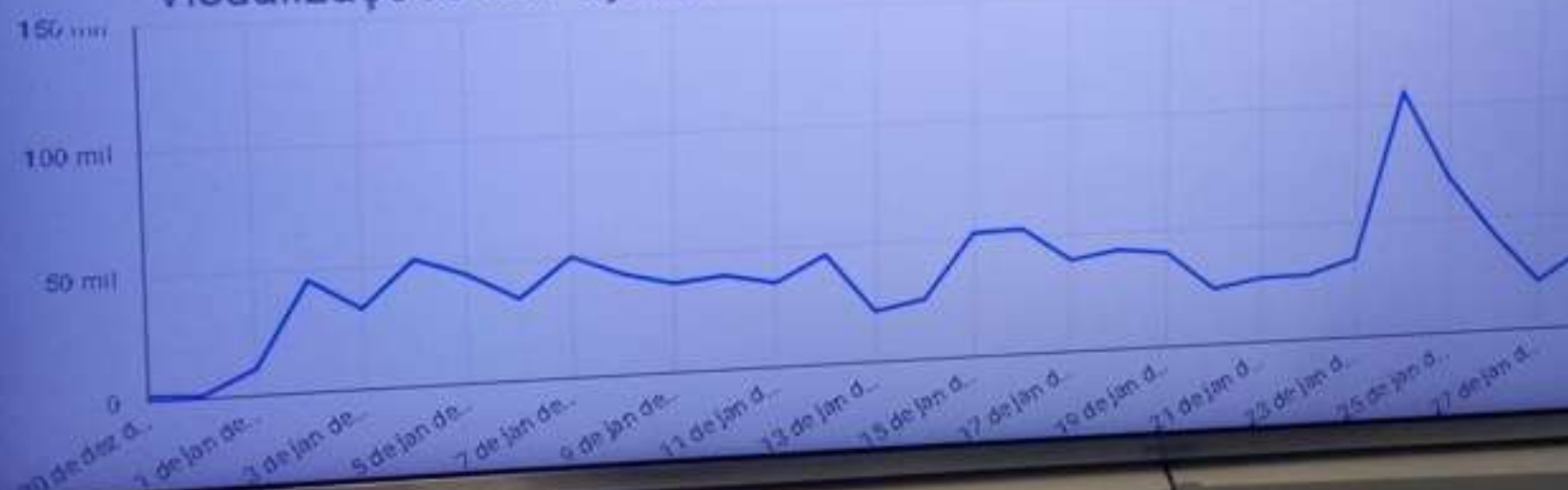


Acumulado no Período

1.226

↓ -132

Visualizações do Paywall



Acumulado no Período

1.138.643

↓ -173.481

I - Venda assinatura Assine - markdown ✓ I - Venda assinatura Paywall - markdo... ✓ I - Venda assinatura Telemarketing - ... ✓ I - Venda assinatura Total GD DL - mar... ✓

Assine

Paywall

Telemarketing

Total

Digital + Digital
Premium

I - Vendas Assine - Globo Digital e Digi... ✓ I - Vendas Paywall - Globo Digital e Dig... ✓ I - Vendas Telemarketing - Globo Digi... ✓ I - Total de Vendas - Globo Digital e DL... ✓

24

30

68

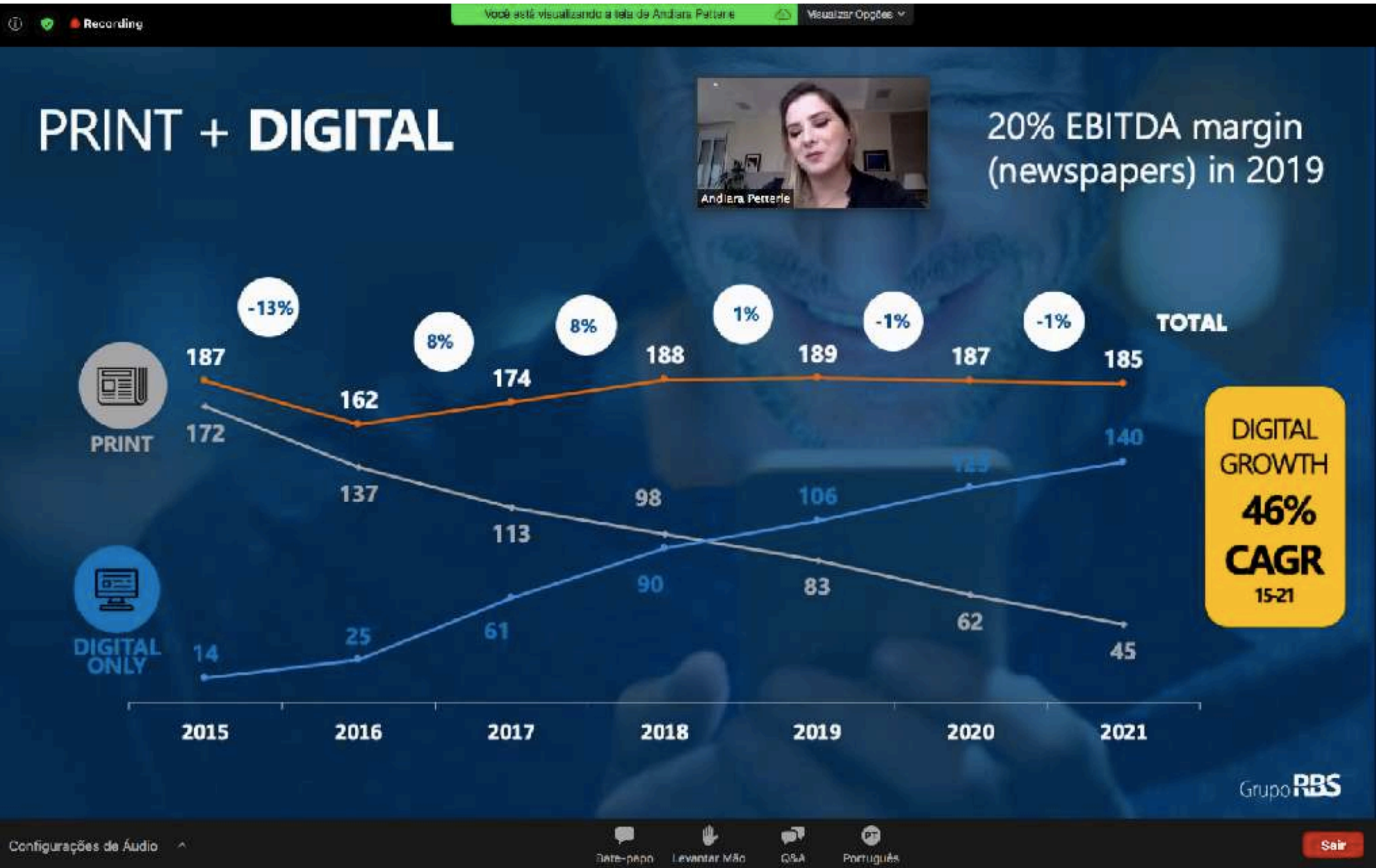
122

Total

I - Proporção de vendas - Globo Digital e Digital Light ✓

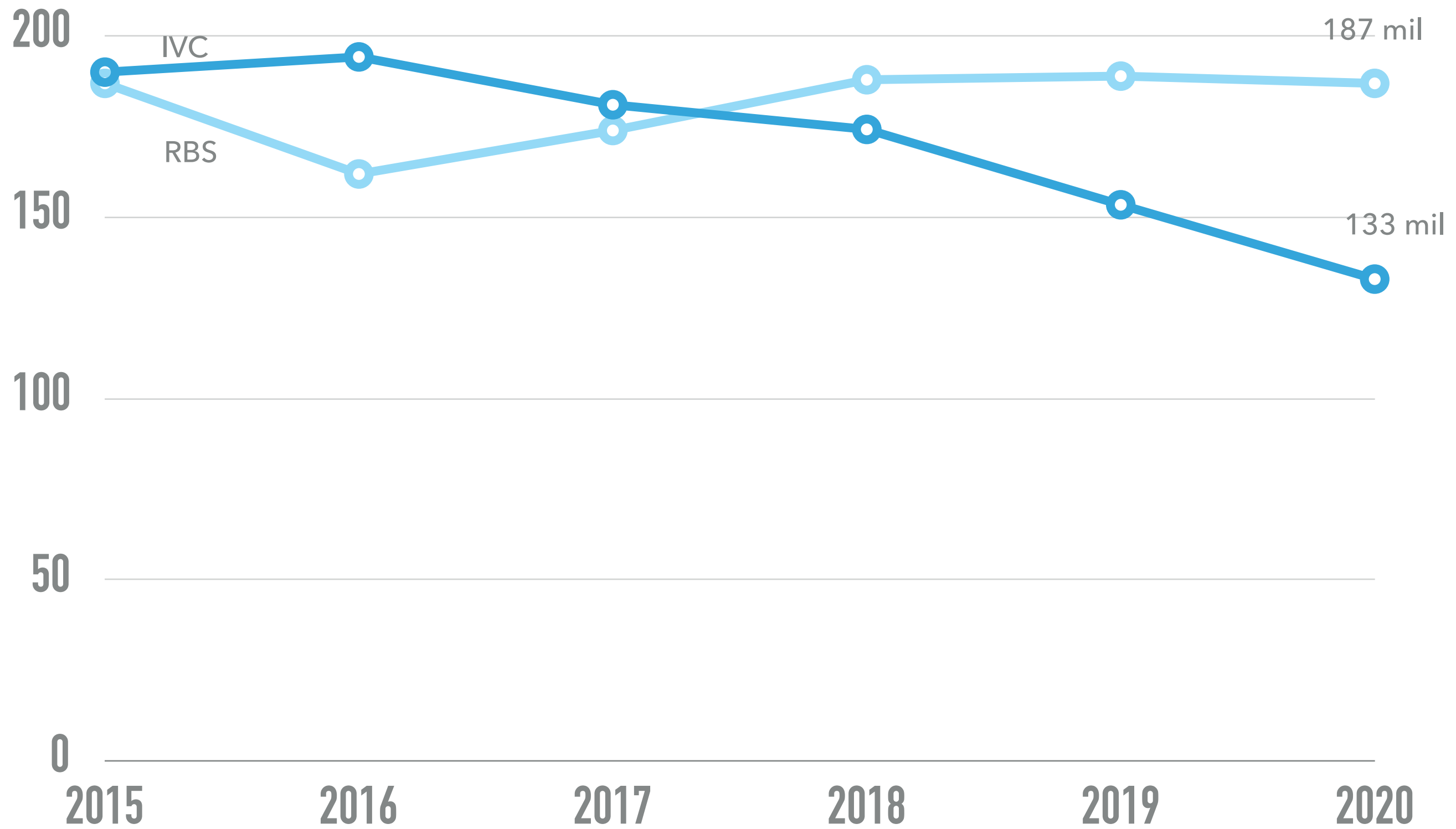
● DIGITAL
● DIGITAL PREMIUM



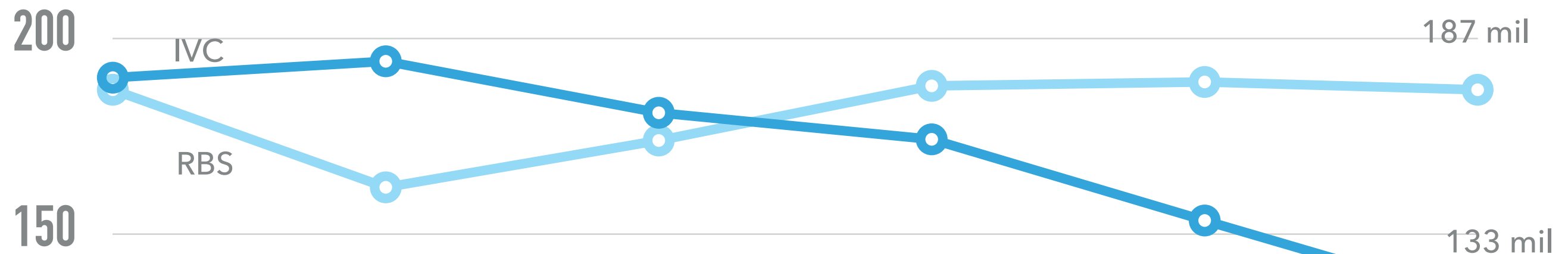


ANDIARA PETTERLE, VP Produtos e Operações - Grupo RBS

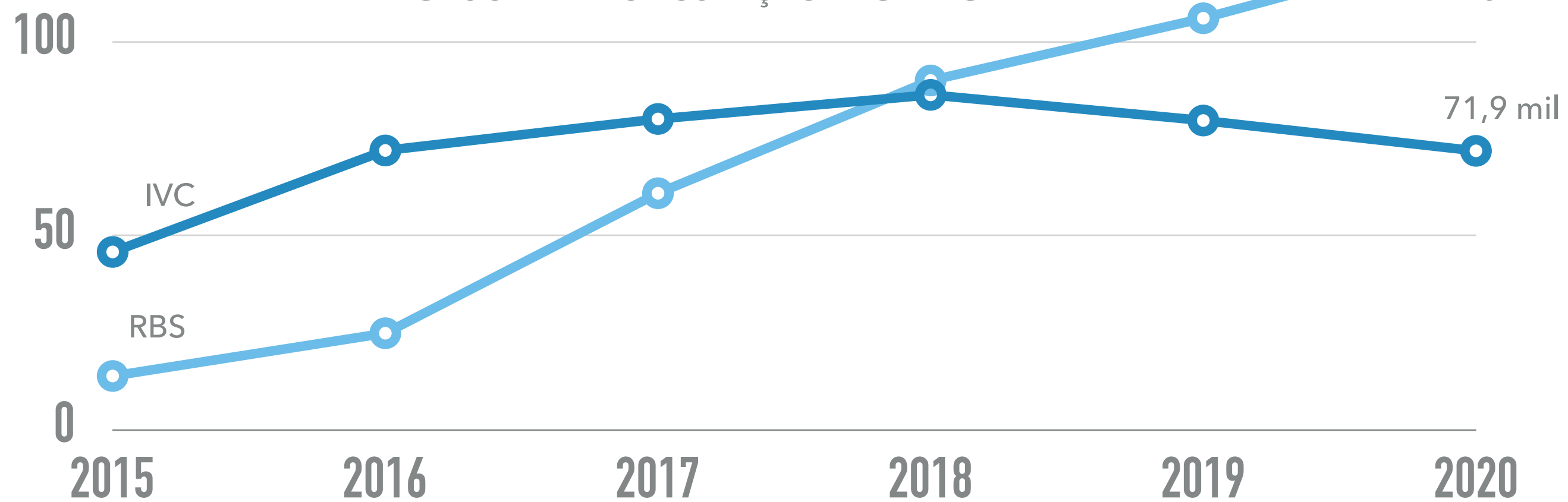
GAUCHAZH - CIRCULAÇÃO PAGA TOTAL



GAUHAZH - CIRCULAÇÃO PAGA TOTAL



GAUHAZH - CIRCULAÇÃO PAGA DIGITAL



VALOR DAS ASSINATURAS DAS PRINCIPAIS MÍDIAS JORNALISTICAS

(valor mensal - ago.2020)

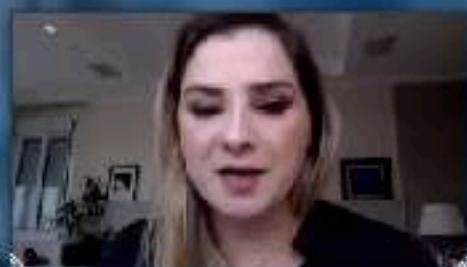
	valor inicial promocional			valor pós-promoção		
	digital	impresso	impresso + digital	digital	impresso	impresso + digital
Super Notícia	1,99			17,99		
Globo	0,99 ⁽²⁾	76,90 ⁽⁴⁾	76,90 ⁽⁴⁾	19,90	119,90	119,90
Estado	1,90 ⁽¹⁾	58,90 ⁽⁵⁾	58,90 ⁽⁵⁾	21,90	110,90	110,90
Folha	1,90 ⁽¹⁾	15 dias grátis		29,90	119,90	119,90
Zero Hora	3,90 ⁽⁵⁾			27,90	110,90	110,90
Valor Econômico	32,90 ⁽⁴⁾	49,90 ⁽³⁾	49,90 ⁽³⁾	48,90	92,90	92,90
Correio Braziliense	1,00 ⁽¹⁾			19,90	65,72	65,72
Estado de Minas	1,90 ⁽²⁾			9,90	72,90	72,90
O Povo	1,99 ⁽³⁾			9,90	65,90	65,90
A Tarde	5,90 ⁽³⁾			9,90	55,00	55,00
Gazeta do Povo	0,99 ⁽¹⁾			19,90		
Veja		24,95 ⁽⁵⁾	24,95 ⁽⁵⁾	9,90	29,90	29,90
Época				14,90	34,00	34,00

Fonte: sites das publicações em agosto de 2020.

(1)no 1º mês. (2)por 2 meses (3)por 3 meses (4)por 6 meses (5)por 1 ano

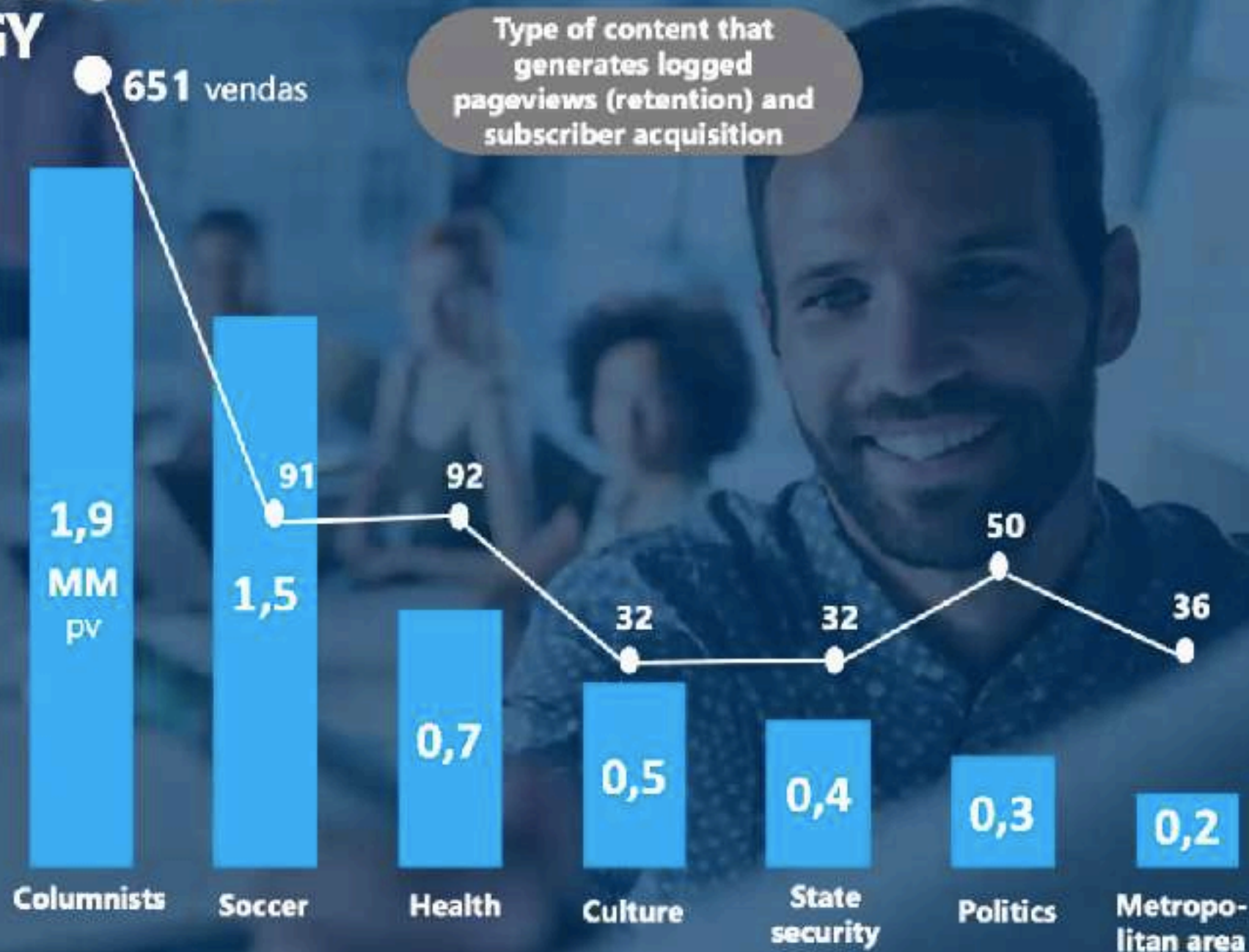
5

NEWSROOMS ARE IN THE CENTER OF GROWTH STRATEGY



Newroom's KPIs related to digital subscription business: logged page views, paywall sales, logged time spent, average content subscriber monthly consumption

Prioritization of content production and distribution that generates subscription engagement and/or customer acquisition besides quality journalism



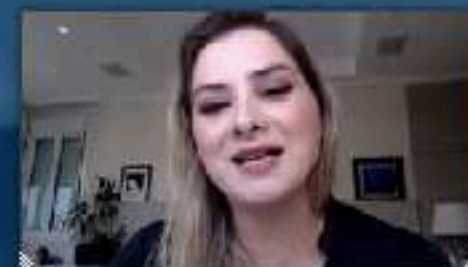
Source: KissMetrics and Google Analytics, March/20

5 NEWSROOMS ENGAGING WITH DIGITAL SUBSCRIBERS

Newsrooms guided tours, webinars and “Meet you columnist” relationship programs became a hit

Loyal clients value “behind the curtains” initiatives

Not scalable but very effective on creating “retention customer service scripts”



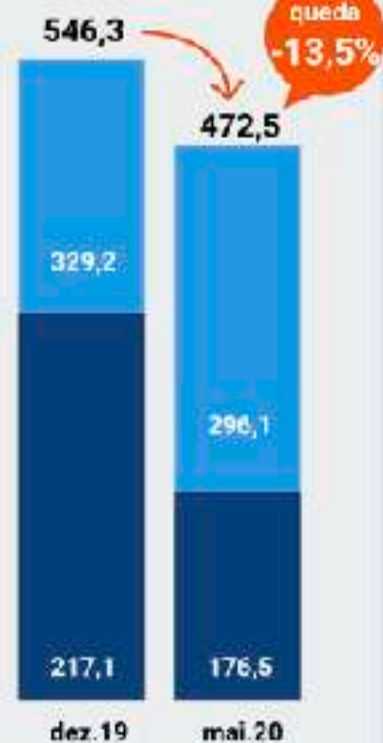
EVOLUÇÃO DA CIRCULAÇÃO DE VEJA E ÉPOCA - ATÉ MAI.2020

média de exemplares (auditada pelo IVC)

em mil

● impresso ● digital

REVISTA VEJA



REVISTA ÉPOCA



evolução - dez.2019 a mai.2020

VEJA

impresso	-40.597	-19%
digital	-33.144	-10%
total	-73.741	-13%

ÉPOCA

impresso	-20.852	-25%
digital	-18.554	-25%
total	-39.406	-25%



No período, as duas revistas perderam

113.147 exemplares

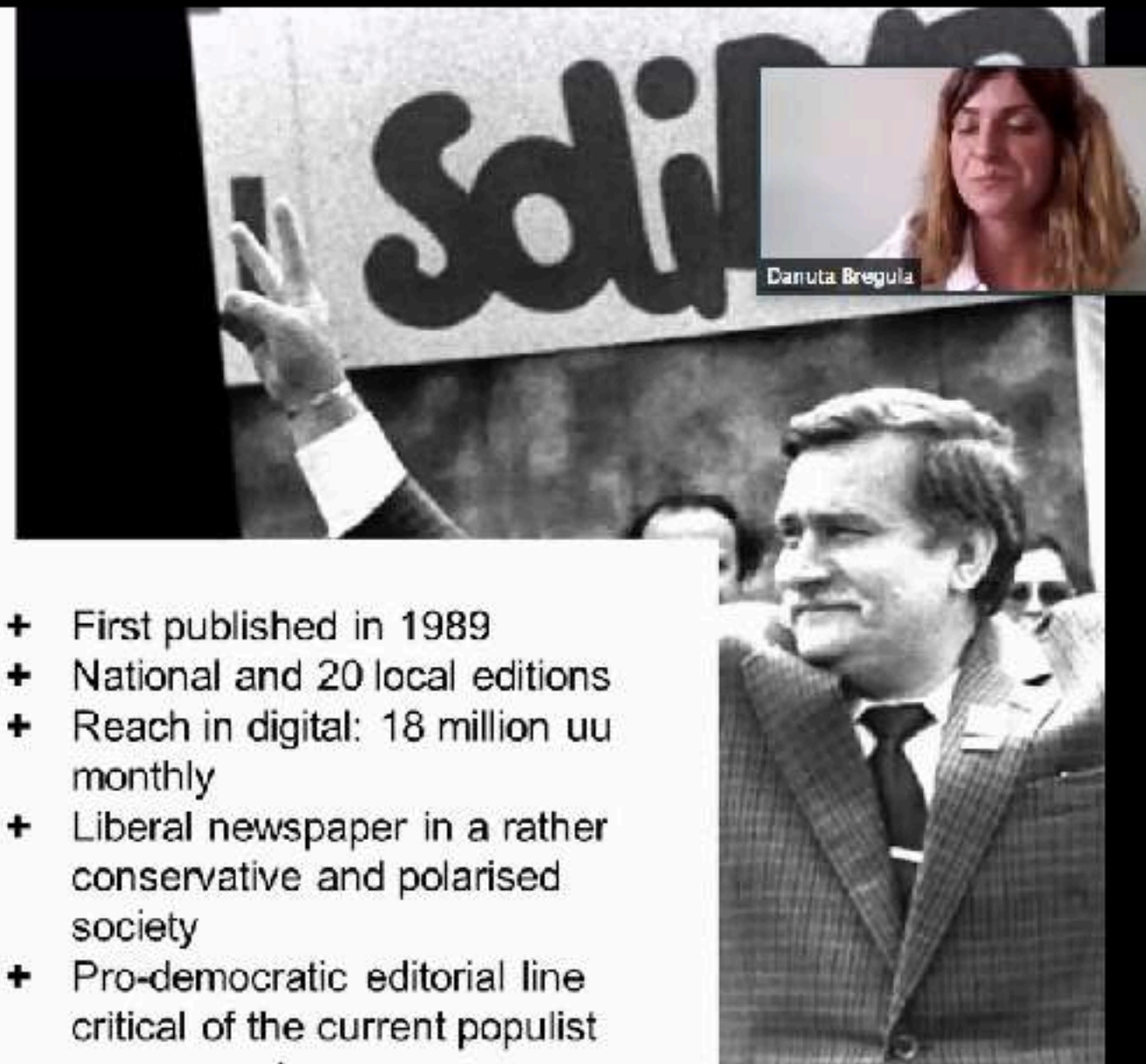
Fuente: dados auditados pelo IVC de circulação impressa e digital. Trazemos aqui os dados e assinaturas digitais pagos. Elaboração: Poder360/Data

wyborcza.pl

Gazeta Wyborcza – the biggest newspaper in central Europe



- + First published in 1989
- + National and 20 local editions
- + Reach in digital: 18 million uu monthly
- + Liberal newspaper in a rather conservative and polarised society
- + Pro-democratic editorial line critical of the current populist government
- + Business model in digital: **245k digital-only subscriptions and ads**



Publishers' dilemmas



Pain points that determine your actions

Universal worries

reaching plateaus
paying for intangibles
dealing with platforms
'subscription fatigue'
retention rate

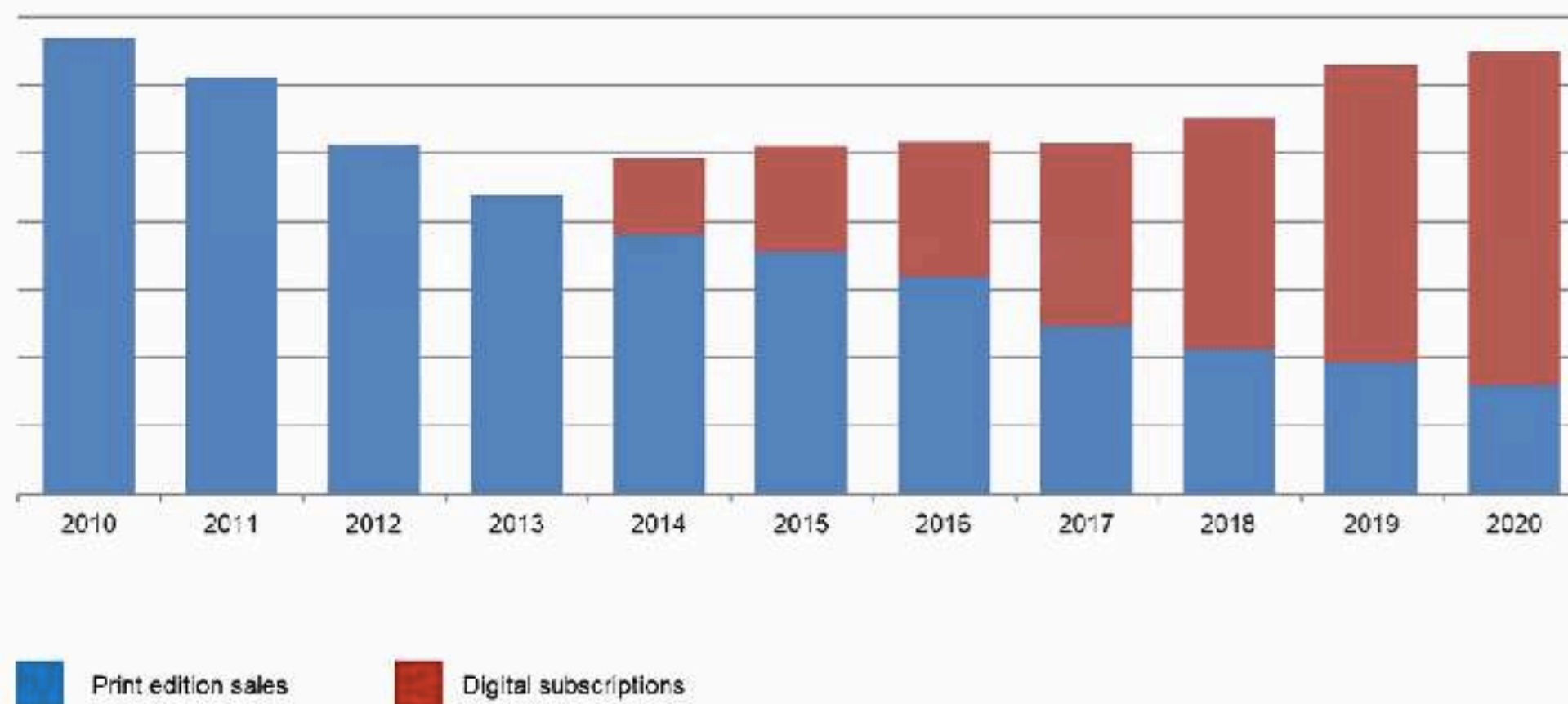
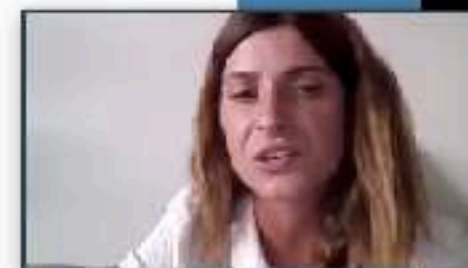
common problems and benchmarks

Local obstacles specific to different markets

hyperlocal brands
people's habits,
market maturity
news distribution
users' preference of micropayments
multilingual markets

few benchmarks, new challenges

Major transformation of our business



Key lessons learned



Danuta Bregula

1

Be persistent.

Never give up, don't be afraid to change course.

2

Adapt and react.

Be mindful of how your environment changes and react accordingly with a fresh attitude.

3

Values.

Don't underestimate the power of the values that your product is built around. Show that you truly care. People will recognize it.

4

Experiment.

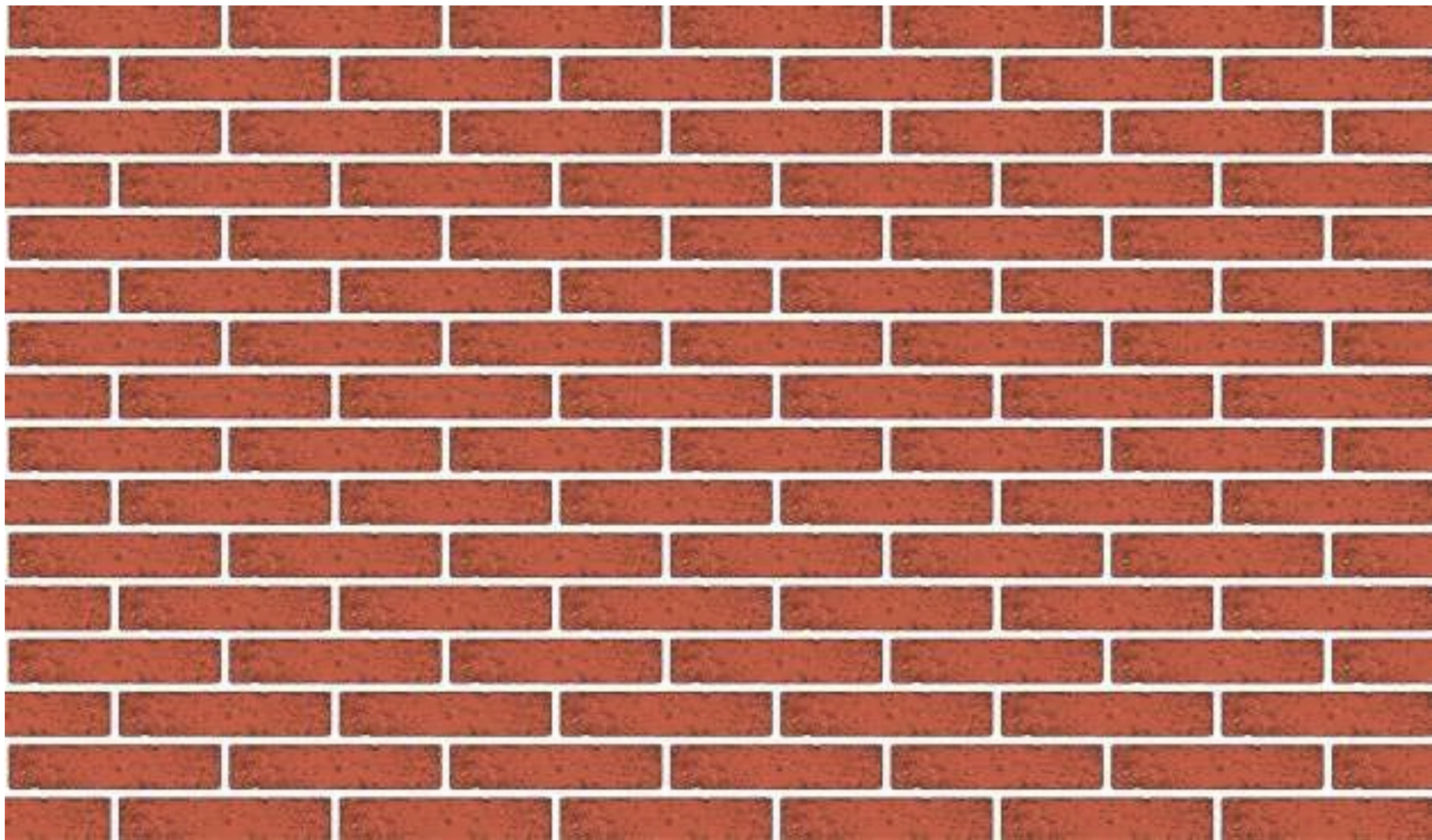
Encourage experimentation, try counterintuitive tailor-made solutions.

5

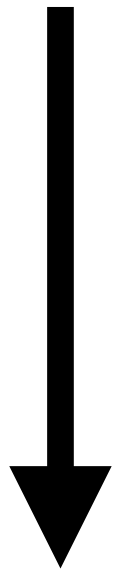
Trust your teams.

Build a sense of ownership across teams.

PAYWALL

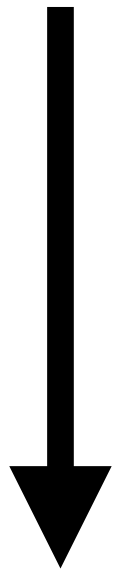


PAYWALL

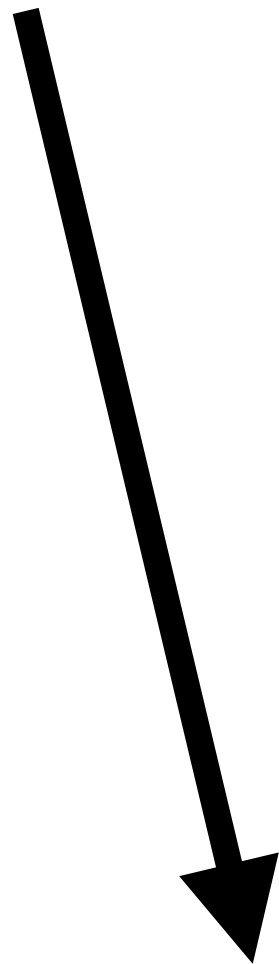


**POROSO
(METERED)**

PAYWALL

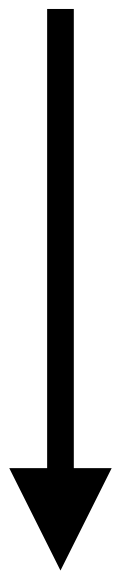


**POROSO
(METERED)**

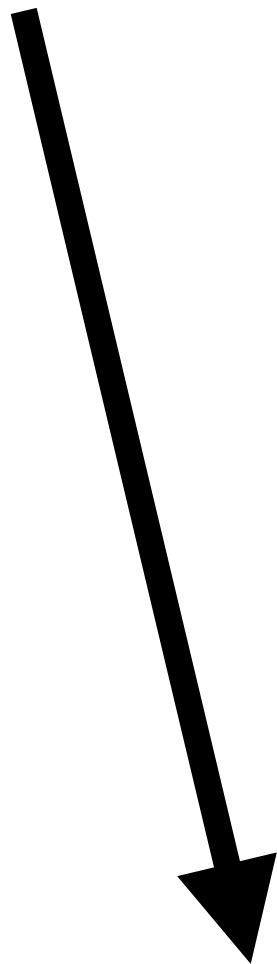


FREEMIUM

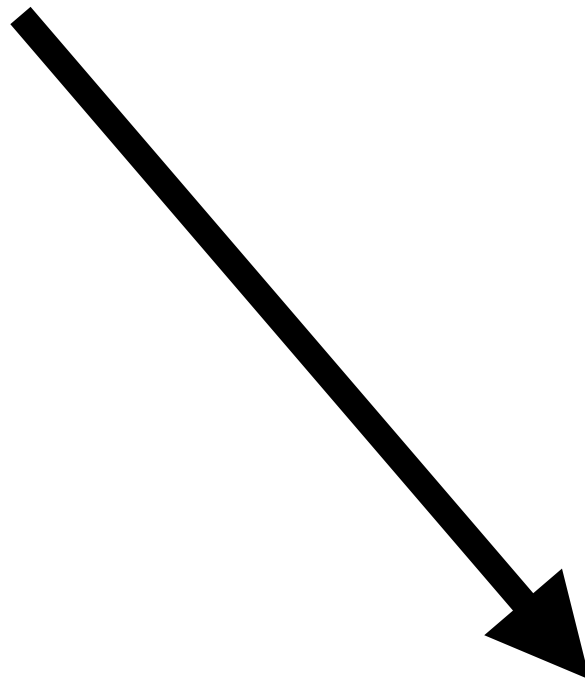
PAYWALL



**POROSO
(METERED)**



FREEMIUM



HÍBRIDO

COMO É A CONVERSÃO DE USUÁRIOS EM ASSINANTES



1. CONHECER O HARD USER

**2. SABER O VALOR
ADEQUADO PARA
UMA ASSINATURA**

**3. ACEITAR QUE
TEREMOS ENTRE
1% E 10% DOS HU**

**E COMEMORAR SE
CHEGARMOS A 4%
A CURTO PRAZO**

A TEORIA É LINDA,
SÓ QUE O INIMIGO
MORA AO LADO



NOSSE DNA

O QUE FALTA?

O QUE FALTA?

► Coragem

O QUE FALTA?

- ▶ Coragem
- ▶ Liderança

O QUE FALTA?

- ▶ Coragem
- ▶ Liderança
- ▶ Conhecimento/Capacitação

**COMO COMEÇAR A
CONSTRUIR ESSA
ESTRATÉGIA?**

**PENSAR, ENTENDER A AUDIÊNCIA,
CONHECER O QUE TEMOS E O QUE
PODEMOS TER, DEIXAR QUE AS
IDEIAS LOUCAS APAREÇAM,
COLOCAR PRAZOS E
RESPONSÁVEIS, ...**



**“ SE VOCÊ
GOSTAR DE
UMA IDEIA,
LUTE POR
ELA”**

STAN LEE - Criador do Homem-Aranha



BONS EXEMPLOS

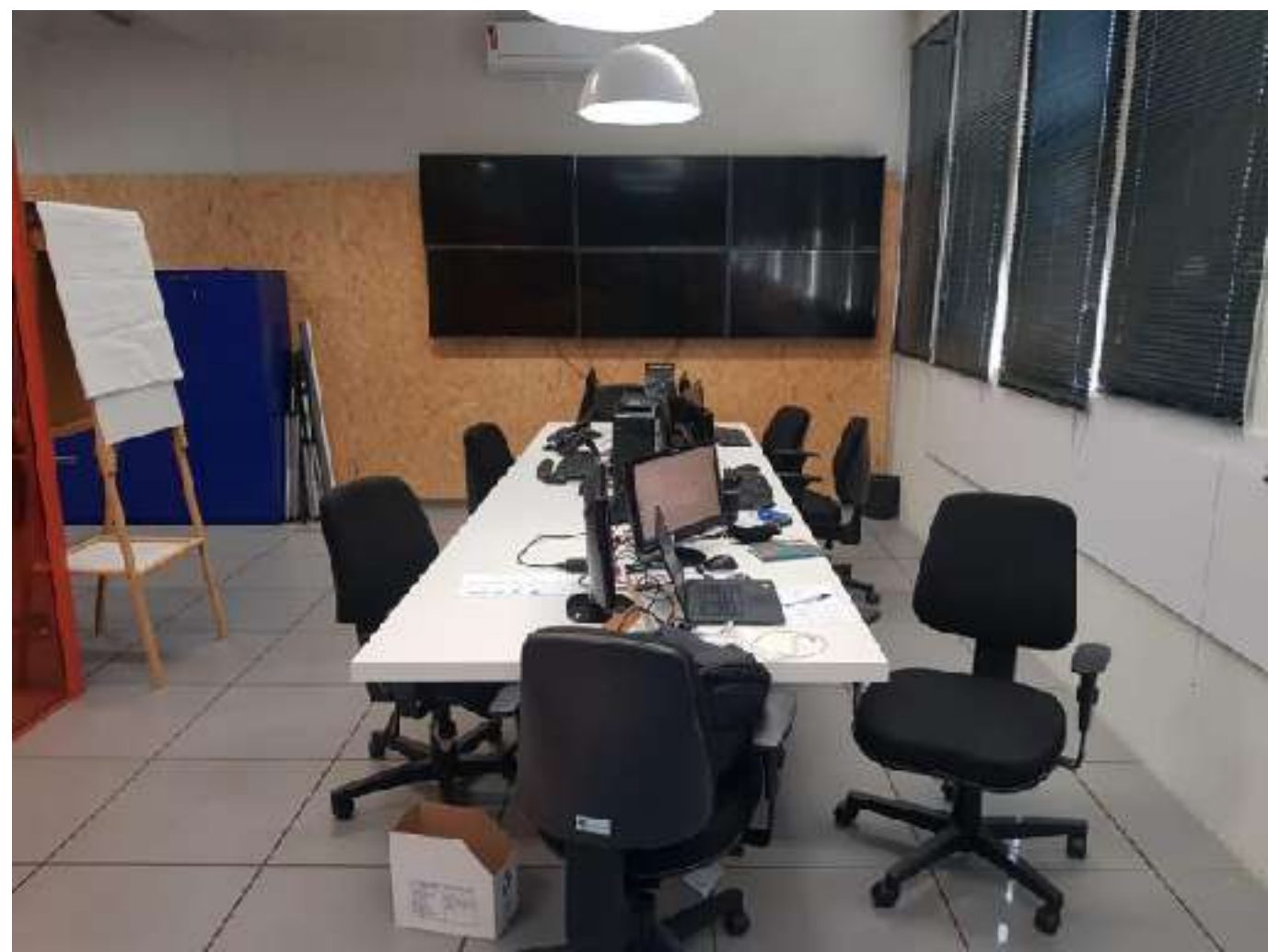
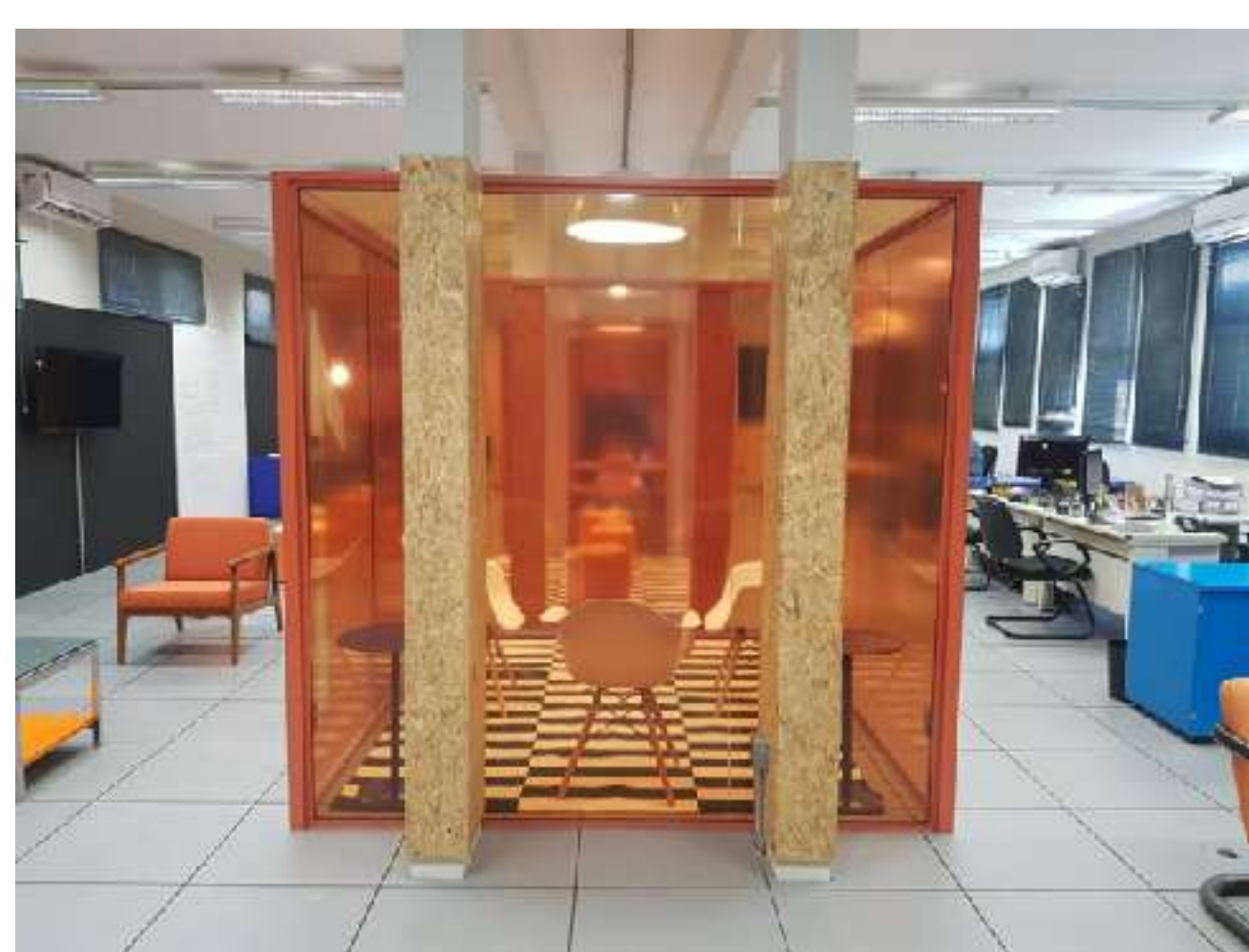


**Chatfield
News**

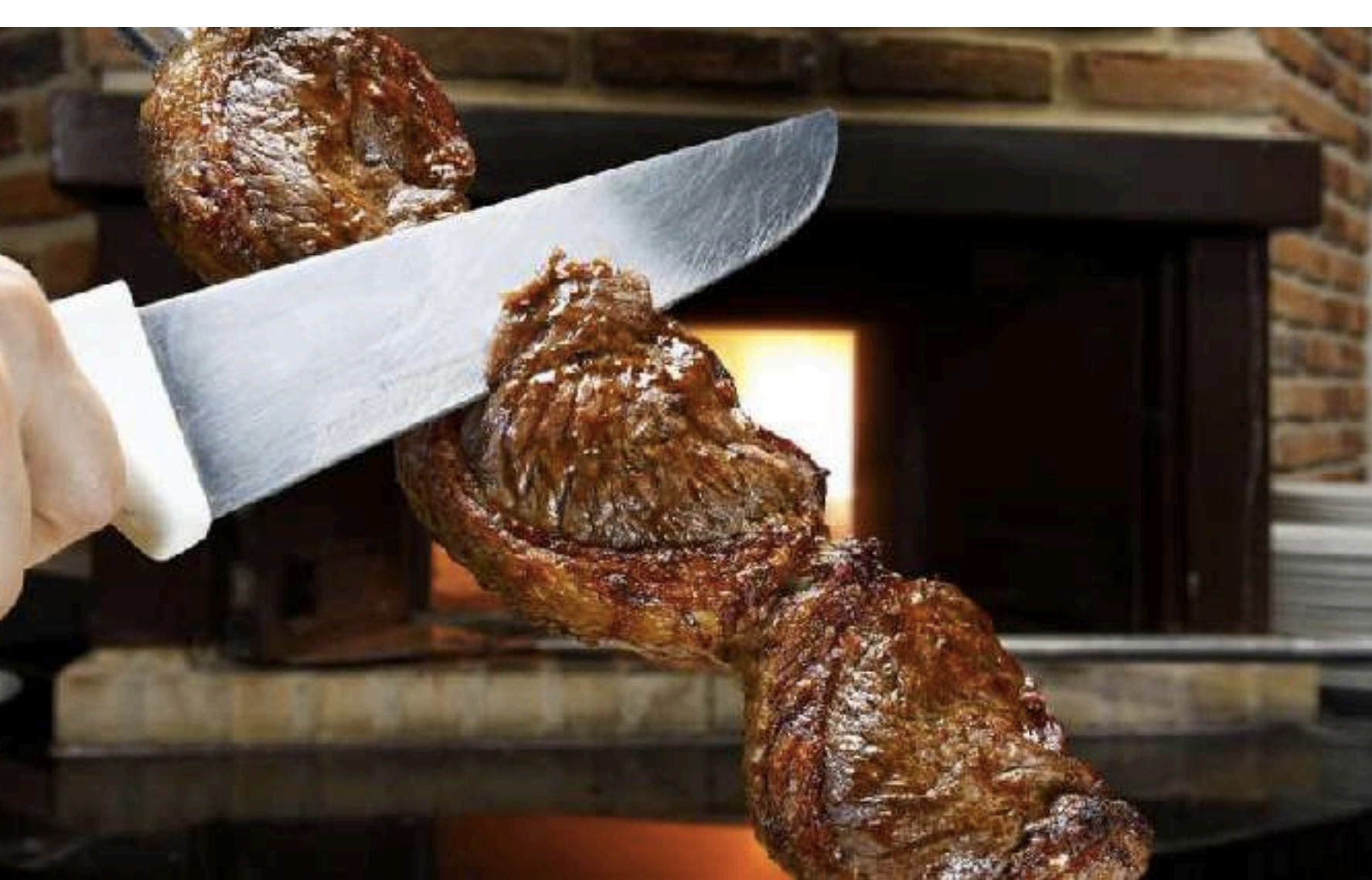
PAM BLUHM - The Chatfield News (Minn-EUA)



A CIDADE ON - Ribeirão Preto (SP)



SÓ CUIDADO PARA
NÃO ERRAR...





EM RESUMO:

EM RESUMO:

- ▶ O primeiro passo é a estratégia

EM RESUMO:

- ▶ O primeiro passo é a estratégia
- ▶ Entender onde estamos e o que nos falta

EM RESUMO:

- ▶ O primeiro passo é a estratégia
- ▶ Entender onde estamos e o que nos falta
- ▶ Definir os passos para a caminhada

EM RESUMO:

- ▶ O primeiro passo é a estratégia
- ▶ Entender onde estamos e o que nos falta
- ▶ Definir os passos para a caminhada
- ▶ Complementar o DNA

EM RESUMO:

- ▶ O primeiro passo é a estratégia
- ▶ Entender onde estamos e o que nos falta
- ▶ Definir os passos para a caminhada
- ▶ Complementar o DNA
- ▶ Espírito de Startup

EM RESUMO:

- ▶ O primeiro passo é a estratégia
- ▶ Entender onde estamos e o que nos falta
- ▶ Definir os passos para a caminhada
- ▶ Complementar o DNA
- ▶ Espírito de Startup
- ▶ Ideias, ideias e mais ideias

ANJ/ANER - EVENTO VIRTUAL PARA SÓCIOS - 10/09/2020

Eduardo Tessler - tessler@midiamundo.com

(51) 99977-8955

VAMOS CONVERSAR?

REINVENTAR OU MORRER

DE JORNAL A

EMPRESA DE COMUNICAÇÃO